

# 多国籍化が加速する ASEAN 企業

日本企業にとって、広域連携パートナーとしての存在価値が増している。

公益社団法人 日本経済研究センター  
主任研究員 牛山隆一

## 2000 年代後半から対外進出に弾み

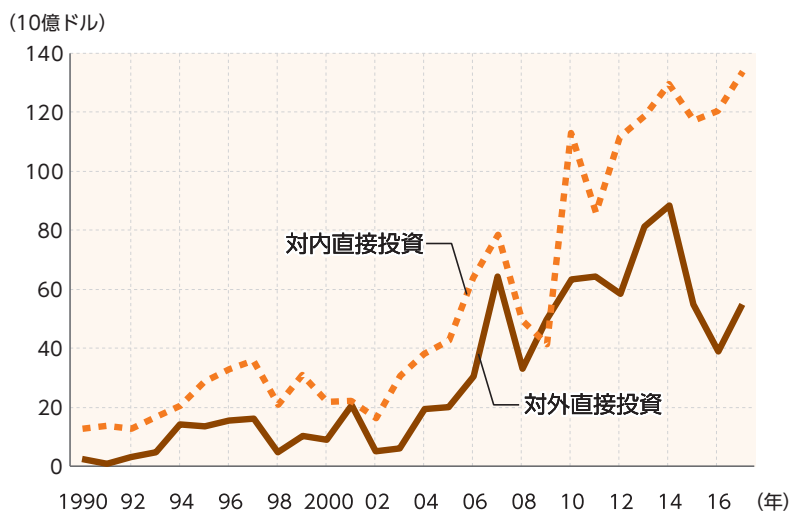
「世界有数の農産物商社」「世界有数の多国籍病院」「世界最大のツナ缶メーカー」「アジア最大の格安航空 (LCC)」「アジア最大の不動産会社」「アジア最大の外食チェーン」――。

これらは全て ASEAN 加盟国に本社を置く有力企業である。順番に社名 (カッコ内は本社所在地) を並べると、オラム・インターナショナル (シンガポール)、IHH ヘルスケア (マレーシア)、タイ・ユニオン・グループ (タイ)、エアアジア (マレーシア)、キャピタランド (シンガポール)、ジョリビー・フーズ・コーポレーショ

ン (フィリピン) となる。読者の方々は何社ご存知だろうか？

日本企業の主要な投資先である ASEAN は外資の受け手としての側面が大きい。実際、ASEAN は外資誘致を原動力に成長を続けてきた地域である。だが、近年は各国の地場企業が海外事業を積極的に推進しており、ASEAN は投資の出し手としての性格も強めている。ASEAN 経済の魅力といえば、人口 6 億人超の市場、共同体構築をかけ声に進む市場統合、ミャンマーなど後発国の躍動等が一般に想起されるが、ASEAN 企業が越境経営を加速し、国際的な存在感を高めていることも重要なポイントと筆者は考える。

図表 1 ASEAN の対外・対内直接投資額 (フロー)



注：ASEAN は加盟 10 カ国の合計  
(出所) UNCTADstat より作成

ASEAN 諸国の対外直接投資統計で確認すると、ASEAN 企業の対外進出に弾みがついたのは 2000 年代後半からである (図表 1)。ASEAN 各国が 2000 年代におおむね高成長を続ける中、地元企業は資金や技術を蓄積し、国際競争力を高め海外事業を活発化させていった。ASEAN では 2000 年代後半から市場統合の作業が本格化した